

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ**  
**CURSO DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

PATRICK DA COSTA TEIXEIRA

RICCELE FERREIRA TORRES

**DESVALORIZAÇÃO DO FUTEBOL FEMININO NAS EMISSORAS BRASILEIRAS**

Rio de Janeiro

2022.2

# DESVALORIZAÇÃO DO FUTEBOL FEMININO NAS EMISSORAS BRASILEIRAS

Projeto de pesquisa apresentado para a  
Disciplina de TCC 2, sob a orientação do  
prof. Diogenes Oliveira.

Rio de Janeiro

2022.2

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	
<b>2.1 OBJETIVO GERAL .....</b>	
<b>2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	
<b>3. JUSTIFICATIVA E/OU RELEVÂNCIA.....</b>	
<b>4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	
<b>5. METODOLOGIA.....</b>	
<b>6. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	
<b>7. CONCLUSÃO .....</b>	
<b>8. REFERÊNCIAS.....</b>	

## **RESUMO**

É perceptivo para todos que o futebol feminino não tem o mesmo tratamento e espaço dentro da mídia como tem o esporte masculino, várias seriam as razões que explicam tal acontecimento como, por exemplo, o histórico do futebol em nosso país e a difícil inserção da mulher dentro deste esporte que é tratado como uma reserva exclusivamente masculina, constituindo-se em um espaço privilegiado de exercício de poder. Composto este cenário, o futebol, juntamente com outros esportes, como lutas, rugby, pólo aquático tiveram sua prática permitida por lei para a mulher há apenas 30 anos atrás. A questão que move este estudo busca compreender se este pouco espaço que lhe é dado está sendo tratado de forma digna e não preconceituosa. Neste sentido, o estudo se justifica devido ao aparente preconceito ainda existente no Brasil que é considerado o país do futebol, mas que ainda não consegue inserir as mulheres de maneira efetiva dentro dessa cultura, o que mostra o predomínio de mitos historicamente construídos. Para compreender este cenário a pesquisa teve como objetivo analisar o discurso midiático, expresso por meio da narração e comentários dos atores que realizam a cobertura televisiva do futebol feminino, sendo que, mais especificamente, esta análise está circunscrita à cobertura da Rede Bandeirantes de Televisão ao Campeonato Mundial de Futebol Feminino da FIFA 2007, realizado na China, no período de 10 a 30 de setembro.

**Palavras chaves:** FUTEBOL FEMININO, MÍDIA, PRECONCEITO, MULHERES

## **ABSTRACT**

It is perceptible for everyone that women's football does not have the same treatment and space within the media as men's sport, there would be several reasons that explain such an event, such as, for example, the history of football in our country and the difficult insertion of women within this sport that is treated as an exclusively male reserve, constituting a privileged space for the exercise of power. Compounding this scenario, football, along with other sports such as fights, rugby, water polo, had their practice allowed by law for women just 30 years ago. The question that drives this study seeks to understand whether this little space given to it is being treated in a dignified and non-prejudiced manner. In this sense, the study is justified due to the apparent prejudice that still exists in Brazil, which is considered the country of football, but which still cannot effectively insert women into this culture, which shows the predominance of historically constructed myths. To understand this scenario, the research aimed to analyze the media discourse, expressed through the narration and comments of the actors who carry out the television coverage of women's football, and, more specifically, this analysis is limited to the coverage of Rede Bandeirantes de Televisão to the 2007 FIFA Women's World Cup, held in China from 10 to 30 September.

**Keywords:** WOMEN'S FOOTBALL, MEDIA, PREJUDICE, WOMEN

## **1.INTRODUÇÃO**

O futebol feminino no Brasil não é levado a sério, nem é valorizado. O problema talvez esteja no pensamento social. Na verdade, um olhar sem preconceitos no intuito de enxergar que o futebol também pode ser praticado por mulheres.

Nos Estados Unidos, por exemplo, o futebol feminino é valorizado. Isso é refletido desde a base, visto como as meninas, ainda jovens, são incentivadas a praticar o esporte sem serem taxadas de anormais por isso

Já no Brasil, a realidade é outra. Não temos nem um pouco de incentivo e os investimentos são muito mais escassos. Além disso, não se compara a divulgação que ocorre com o futebol masculino. Foram analisados, de maneira preliminar, três jogos desta competição, sendo um deles (Brasil x Austrália) selecionado para uma análise mais pormenorizada. Com base no que foi assistido dos jogos foram encontrados três tipos de comentários, os que comparam o jogo feminino com o masculino, os que dão ênfase à beleza das jogadoras, e os que buscam incentivar o futebol feminino no país.

Com que frequência pode-se ver uma partida de futebol feminino na televisão? Esta não é uma pergunta muito difícil de ser respondida, pois enquanto o futebol masculino é transmitido pelo menos duas vezes por semana na televisão aberta, sendo que na quarta-feira e no domingo ocupa o horário considerado nobre na grade de programação da emissora mais poderosa do país, o futebol feminino tem seu espaço apenas durante Olimpíadas, Pan Americanos ou Mundiais e ainda assim com uma série de restrições na programação dos canais abertos de televisão e sendo tratado, muitas vezes, de maneira preconceituosa, sofrendo inúmeras comparações com o futebol masculino ou dando ênfase à beleza de jogadoras.

Por que será que isto ocorre? Grande parte dessa resposta está dentro da história do futebol brasileiro, já que temos a primeira aparição do futebol masculino no final do século XIX, enquanto o futebol feminino era proibido por lei até 1979, portanto, temos aí pelo menos 80 anos de diferença entre uma manifestação e a outra.

O futebol feminino tem pouco espaço dentro da mídia televisiva, além disso, cabe uma questão: este pouco espaço que lhe é dado está sendo tratado de forma digna e não preconceituosa, ou está só aumentando ainda mais toda discriminação da população com relação às mulheres praticantes deste esporte?

Este estudo se justifica devido ao aparente preconceito ainda existente no Brasil que é considerado o país do futebol, mas que ainda não consegue inserir as mulheres de maneira efetiva dentro dessa cultura, o que mostra o predomínio de mitos historicamente construídos.

## **2.OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

O objetivo deste estudo é analisar o discurso midiático, expresso por meio da narração e comentários dos atores que realizam a cobertura televisiva do futebol feminino, sendo que, mais especificamente, está análise estará circunscrita à cobertura da Rede Bandeirantes

de Televisão ao Campeonato Mundial de Futebol Feminino da FIFA 2007, realizado na China, no período de 10 a 30 de setembro.

## **2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

Apresentar formas para inserir as jogadoras de futebol nas mídias e redes sociais a mídia é capaz de ressignificar propostas, inicialmente, confrontar a ideia de lucro, porém, por ser influenciada pela sociedade e, em maior parte, ter o poder de influenciar, ela pode agir como meio de mudança da cultura esportiva brasileira.

As redes sociais, na atualidade, se mostram como uma das principais maneiras de apropriação do uso da mídia. De acordo com Otoni (2015), uma pesquisa realizada pela com Score aferiu que os brasileiros gastam em média 650 horas por mês em redes sociais. Recorrer às redes para adentrar em assuntos pouco visíveis nos canais de televisão, rádio e jornais, por exemplo, pode ser uma alternativa viável para ampliação desses espaços.

## **MÍDIA**

Hoje em dia a mídia está em toda parte, a todo o momento e em qualquer lugar. Lage (2002) define a mídia como sendo algo que pode ser presencial, com ou sem a intermediação de alto-falantes, microfones etc. Também pode ser representacional, como livros, jornais, revistas, filmes, novelas etc. Ou ainda a eletrônica que se interliga pela instrumentação tecnológica do rádio, da televisão, da internet.

Segundo Betti (1998) entende-se mídia como sendo os meios de comunicação como rádio, televisão, jornais e revistas os quais podem ligar um número reduzido de pessoas com uma grande massa, possibilitando uma comunicação rápida e simultânea. Santaella (1996) acrescenta que a comunicação em massa está em contraste direto com a comunicação.

A televisão, junto com o computador e telefone, é um dos mais poderosos veículos da era eletrônica e vem evoluindo de uma forma espetacular suas possibilidades e abrangências (ROCCO, 1999).

Santaella (1996) diz que a televisão é vítima de um bombardeio crítico que se dirige a todo e qualquer tipo de programa que ela oferece, porém a televisão pode ser caracterizada como sendo a mídia das mídias, pois ela consegue reproduzir da sua maneira qualquer outra mídia dando a elas suas qualidades de organização, ritmo e aparência que lhe são próprios.

Rocco (1999) diz que a televisão não é um veículo alienante, que torna o indivíduo passivo e nem uma janela para o mundo que traz a realidade para dentro de nossas casas, é preciso enxergar e avaliar cada segmento televisual em função do conjunto de características próprias que melhor o definam. A televisão tem uma grande diversidade de programas e é preciso analisar cada um deles.

Portanto a mídia está em toda parte, em diversas formas e nos traz milhares de informações todos os dias que não são neutras, pois alimentam o nosso imaginário e nos influencia quanto à compreensão da realidade social em que vivemos (BETTI, 2003).

Betti (1998) ainda afirma que as novas tecnologias eletrônicas de comunicação vêm processando mudanças muito rápidas e profundas nas nossas condições de vida, na maneira como nos relacionamos com a natureza e com os outros homens, na forma como percebemos o mundo e nós mesmos.

## **ESPORTE E MÍDIA**

O esporte está em toda a parte, é só ligar a televisão e passar os canais com o controle remoto que o vemos não apenas em programas e noticiários específicos, mas também em filmes, programas de auditório, em entrevistas, nos telejornais, desenhos animados, telenovelas e seriados. Em anúncios publicitários é utilizado para vender sorvete, cimento, assinatura de jornal, remédio, automóvel, desodorante, serviços bancários, refrigerante (BETTI, 1998).

Os programas esportivos têm público certo. Um público amplo e bem diversificado. O esporte atrai as pessoas de todas as idades, todas as nacionalidades e todos os níveis de instrução e condição social. Um ótimo investimento para um espetáculo fácil de ser produzido: os cenários já estão preparados e os artistas já estão a postos. Um investimento que atrai o interesse de muitos patrocinadores, dispostos a atingir a esta massa através da veiculação permanente de seus logotipos durante todo o tempo da partida. O esporte é um grande, e quase sempre bem sucedido, investimento financeiro (KENSKI, 1995).

O discurso midiático por vezes não toma o devido cuidado com a emoção que põe em seus comentários, expressando de forma intensa algo que para telespectadores que não reflitam sobre o que foi escutado podem acabar acreditando e concordando com tudo o que é assistido, no caso desses dois relatos, a vitória a qualquer custo dentro do esporte.

Mas será que o esporte está sendo tratado e tendo tanta repercussão na mídia em igualdade com relação ao gênero? Mulheres e homens têm o mesmo espaço dentro da mídia?

Em uma pesquisa em um dos jornais mais lidos no país, Souza e Knijnik (2007) perceberam que as mulheres esportistas continuam sendo pouco retratadas pela mídia, mesmo com o crescente número de mulheres competindo e sendo bem-sucedidas. Mostrando que a imprensa trata os sexos de forma absolutamente desigual.

Veremos então algumas relações de gênero e esporte para entender melhor o que está ocorrendo e o porquê.

Da questão do gênero nos esportes ao futebol feminino

Antigamente o esporte era acessível apenas aos homens devido às suas características e seus aspectos físicos, esta afirmação segundo Costa (2003) é baseada no determinismo biológico que enfatiza a diferença biológica entre homens e mulheres como determinantes para a sustentação de outras diferenças de caráter psicológico, social e cultural. Estas determinantes eram utilizadas como suporte pelos profissionais da área médica para justificar as desigualdades das práticas de exercícios físicos, porém com o tempo as mulheres foram ganhando seu espaço, mas ainda assim só podendo praticar determinadas modalidades, as quais não fossem “interferir na sua feminilidade”. Até hoje estes

estereótipos ainda não foram quebrados e muitas mulheres sofrem preconceito com relação à sua identidade quando praticam algum esporte considerado agressivo.

Ao longo da história do esporte nacional foram e são distintos os incentivos, os apoios, as visibilidades, as oportunidades, as relações de poder conferidos às mulheres e homens, seja no âmbito da participação, na gestão ou administração do esporte (GOELLNER, 2005).

Com relação ao futebol feminino estes preconceitos e estereótipos são ainda mais evidentes com relação às mulheres praticantes deste esporte. Souza e Knijnik (2007) afirmam que para mulheres que atuam em modalidades nas quais o domínio é masculino, como é caso do futebol no Brasil, o preconceito e discriminação são ainda maiores. Freitas (2008) coloca que a seleção de futebol feminino brasileiro tem se saído muito bem nas competições organizadas pela Federação Internacional de Futebol Amador (FIFA), mas que isso não contribui para a melhora no tratamento de dirigentes, torcida e imprensa.

Goellner (2005) afirma que o número de mulheres que praticam esta modalidade está crescendo ao longo do tempo, porém ainda são poucos os campeonatos oficiais, bem como não há mulheres em comissões técnicas e nem em nível administrativo. Vários conceitos e estereótipos ainda cercam as mulheres que praticam esta modalidade, como com relação à sua sexualidade e os perigos de choque para sua saúde reprodutiva.

Moura (2005) mostra que esse preconceito vem desde crianças no país, pois as meninas no Brasil têm seu primeiro contato com a prática de futebol no início da puberdade, diferentemente dos meninos, que já vivenciam os primeiros chutes antes mesmo da fase escolar.

O esporte traz a promoção de uma maior visibilidade das mulheres no espaço público, ao longo da história do esporte nacional houve a projeção de muitos talentos esportivos femininos, mas vale registrar que isto ocorreu muito mais pela luta de pequenos grupos de mulheres e do esforço individual de cada do que de uma política de inclusão das mulheres no âmbito esportivo (GOELLNER, 2005). O país ainda tem muito que aprender e refletir sobre a prática das mulheres no esporte.

Souza e Knijnik (2007) afirmam que a mulher mesmo tendo conquistado o mundo esportivo e praticando esportes antes tidos como de exclusividade masculina ainda são “invisíveis”

para a sociedade que acompanha o esporte através dos meios de comunicação. É necessário, portanto rever o papel da mídia e suas atitudes, para que o esporte contribua para um mundo em que as diferenças sejam fonte de enriquecimento e não de desigualdades.

### **3. JUSTIFICATIVA**

Este estudo se justifica devido ao aparente preconceito ainda existente no Brasil que é considerado o país do futebol, mas que ainda não consegue inserir as mulheres de maneira efetiva dentro dessa cultura, o que mostra o predomínio de mitos historicamente construídos.

### **4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

**(BALARDIN et al., 2018; FERREIRA et al., 2018; , 2010; KNIJNIK MAGALHÃES; ROQUE, 2020 VASCONCELOS, 2003) ” Ainda hoje as mulheres praticantes de futebol enfrentam alguns desafios em sua prática**

### **5. METODOLOGIA**

Os materiais utilizados para coleta e análise dos dados neste trabalho foram uma televisão, um computador.

Foram analisados quatro jogos do Campeonato Mundial que foram televisionados pela Rede Bandeirantes no ano de 2007, os jogos foram: Brasil X China; Brasil X Austrália; Brasil X Estados Unidos e Brasil X Alemanha. Os quatro jogos foram assistidos e os comentários que mais se destacaram dentro deles foram transcritos, depois da análise desses comentários um dos jogos foi escolhido para ser usado no trabalho, no caso o jogo

entre Brasil e Austrália, a gravação deste jogo começa a partir dos cinco minutos do primeiro tempo e o jogo já está um a zero para o Brasil.

Todo este processo foi desenvolvido que, inclusive, decidiu-se pela análise deste, e não de um dos outros três jogos, em função da narrativa deste jogo ter causado maior impacto à percepção em relação aos elementos relacionados a estereótipos de gênero que prefiguraram às inquietações que deram origem ao estudo.

## **6. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Com base no que foi assistido do jogo e na minha percepção como aluno- pesquisador me deparei com três tipos de comentários que foram mais marcantes, os que comparam o jogo feminino com o masculino, os que dão ênfase a beleza das jogadoras e os que buscam incentivar o futebol feminino no país. Estes comentários serão transcritos e discutidos a seguir.

### **Comparações**

Durante toda a narração do jogo alguns comentários que comparavam a forma de jogar das mulheres com a dos homens foram identificados. Para narrar o jogo feminino foi necessário essa comparação com jogadores masculinos, pois narradores e comentaristas estão acostumados apenas a trabalhar com o futebol masculino, portanto é possível notar a dificuldade de narrar e comentar um jogo feminino sem compará-lo ao do outro gênero.

Comentários como, “você vê a Cristiane jogando como o Messi joga no Barcelona do lado direito” (C1), “ela (Renata Costa) parece o Mineiro jogando pra falar a verdade”(C1), “você vê que ela (jogadora da Austrália) é gordinha e rápida igual eu (C1) quando jogava!”, mostram-nos como o futebol ainda é associado apenas ao gênero masculino, as jogadoras são constantemente comparadas aos homens.

Em um trabalho analisando a mídia impressa Boschilia e Meurer (2006) mostraram algumas falas da capitã e do técnico da seleção que foi as Olimpíadas em 2004, a capitã Aline achou estranha a atenção dada a elas, pois o time masculino não havia conseguido

a vaga para tal Olimpíada, "É esquisito. De uma hora para outra, muita gente começou a prestar atenção na gente". O técnico, René Simões, fez a seguinte comparação, "No feminino, Brasil x EUA é como Brasil x Argentina no masculino. A rivalidade é enorme".

Boschilia e Meurer (2006) com isso afirmam que foi colocada uma responsabilidade ao selecionado feminino de suprir, mesmo que minimamente, a ausência da equipe masculina. Tratou-se de uma construção estratégica adotada pelo agente midiático no sentido de promover um evento (a participação do futebol feminino do Brasil no torneio olímpico) que a princípio não desperta amplo interesse no grande público consumidor de futebol no país, a partir da legitimidade e do status cultural que ostenta a equipe masculina.

Podemos ver outra forma pela qual a comparação entre os dois gêneros do esporte foi utilizada pela mídia, a fim de conseguir ter a mesma audiência que teria se o time masculino participasse da olimpíada. O próprio técnico da seleção fazia comparações com o futebol masculino para tentar aproximar os brasileiros do futebol jogado pelas mulheres e a mídia buscava também, de alguma forma atrair os espectadores a assistir o futebol feminino, pois era o único representante desta modalidade, que é tão querida no país, que iria disputar a olimpíada.

### **Ênfase na aparência física**

O jogo do Brasil contra a Austrália foi escolhido devido a este item, porque neste jogo os comentários sobre a beleza das jogadoras ficou mais evidente, tendo em vista que constantemente a equipe de cobertura destacava em sua narração e comentários os atributos físicos das jogadoras australianas e sobre a beleza de algumas jogadoras em específico.

Alguns dos comentários que mais me chamaram a atenção foram, "são jogadoras bonitas da seleção australiana, a Austrália tem mulheres bonitas"(N), "um país colonizado por ingleses"(N), "foi a primeira delegação olímpica que conseguiu fazer da nudez um caminho publicitário... agora só mostraram porque podiam mostrar o que tem, porque se fosse ruim não dava pra mostrar."(C1). Comentários estes, que não tem absolutamente nenhuma relação com o jogo de futebol e que foram feitos durante a narração deste jogo.

Souza e Knijnik (2007) com uma pesquisa com a mídia impressa também chegaram aos mesmos resultados dizendo que os homens constantemente tinham narradas as suas habilidades como atletas. Já as reportagens sobre as mulheres atletas costumam enfatizar sua feminilidade e beleza.

Goellner (2005) ainda acrescenta que a mídia esportiva pouco espaço confere ao futebol feminino e quando o faz, geralmente, menciona não tanto os talentos

esportivos das atletas, árbitras ou treinadoras mas a sua imagem e o seu comportamento.

Um dos comentários refere-se à goleira da Austrália: “diferença a beleza dessa goleira aí, com o parente dela o Barbieri, que é treinador do Sertãozinho, ele é desarrumado, amassado! E ela... olha que beleza!”(C2). Nesta passagem o comentarista usa o nome da jogadora para fazer uma piada associando-a a algum grau de parentesco com um homem ligado ao futebol no Brasil com a finalidade de enfatizar a beleza da mulher, algo dado como importante para ele.

Com relação a árbitras Goellner (2005) nos atenta para o tratamento que foi dado à auxiliar de arbitragem Ana Paula de Oliveira no mesmo ano, em uma reportagem de um jornal o autor da matéria escreve que “os homens queriam vê-la de perto com trajes sociais e discutem se ela fica melhor de cabelo preso, ou com as madeixas soltas”, o que mostra a ênfase absurda que se fez aos atributos físicos da árbitra em campo.

Boschilia e Meurer (2006) nos mostram algo bem parecido numa matéria da mídia impressa utilizada em seu trabalho, "A beleza no futebol: um trio feminino vai abrilhantar o jogo. É bom, afinal, veremos uma plasticidade diferente da habitual, onde a lisura das pernas femininas se misturará as cabeludas e musculosas coxas". O autores ainda acrescentam que sabe-se, de maneira geral, que a grande maioria do público que consome o esporte é formado por homens. Consciente disso, o autor do jornal destacou características tidas socialmente como femininas.

Pudemos ver trabalhos que nos mostram fatos onde as características físicas das mulheres são destacadas e não o seu talento para aquela profissão. Vimos que isto ocorreu tanto com jogadoras como árbitras do futebol e não somente neste estudo como constatado,

outros foram destacados para mostrar a realidade das mulheres envolvidas neste esporte e o tratamento que a mídia dá a elas, tanto a mídia impressa quanto falada.

O narrador do jogo observado ainda dá ênfase ao físico do time da Austrália,

“veja no detalhe quando a câmera pega o físico das jogadoras australianas, é um time fortíssimo, quando a câmera está de cima não dá pra perceber muito essa diferença, mas nos detalhes!”; “o preparo físico que tem esse time da Austrália viu!”, em jogos que assistimos podemos ver alguns comentários sobre a superioridade física de algum time perante o outro, mas não com a intenção que se deu nesses

dois comentários do narrador do jogo, que mais do que a superioridade física das jogadoras do time da Austrália, fica evidente uma tentativa de enfatizar os corpos fisicamente mais musculosos e delineados dessas jogadoras.

Em jogos de futebol masculino não vemos comentários sobre a beleza dos jogadores; narradores e comentaristas sabem que alguns jogadores são considerados mais bonitos pelas mulheres assim como realmente as jogadoras da Austrália eram bonitas, mas em nenhum momento escutamos comentários como os que destacamos neste jogo em narrações de torneios de futebol masculino. Comentários esses que mostram por vezes as relações de poder ainda existente neste âmbito onde os homens comentam sobre as mulheres que ainda são inferiores em número nesta área de trabalho, um ambiente muito machista forma esta área reservada para mídia esportiva.

Goellner (2005) nos alerta para a inexpressiva participação da mulher nos setores de organização e de direção do esporte, como por exemplo, nas federações e confederações esportivas e no Comitê Olímpico Brasileiro, cujos cargos permanecem sob o domínio dos homens. Mesmo que a participação feminina tenha aumentado significativamente no que diz respeito à atuação como atleta de alto nível, ainda é muito restrita sua inserção na gestão esportiva. No Brasil, apenas a Confederação Brasileira de Ginástica é dirigida por uma mulher.

Deve-se considerar também que a participação de mulheres dentro do espaço midiático reservado ao futebol é pouco representativa, para não dizer inexistente, seja como comentaristas, narradoras ou participando destes programas sobre futebol que tanto

espaço ocupam no nosso dia-a-dia na grade de programação televisiva. Talvez com a inserção ativa das mulheres nestes espaços gradativamente tenhamos algum tipo de mudança no discurso midiático, na medida em que os homens passariam a respeitar a mulher pelo seu trabalho e não pelos seus atributos estéticos.

### **Incentivos ao futebol feminino**

Durante a competição, vários foram os comentários que buscavam dar apoio ao futebol feminino, principalmente em virtude da modalidade não ser tão divulgada

no país e por não ter um calendário de competições oficiais, que poderiam proporcionar uma maior aderência do esporte no Brasil.

Percebemos que durante a competição foram muitos comentários que buscavam incentivos, porém não vemos isto ocorrendo diariamente, é necessário algum campeonato, alguma vitória para que a mídia passe a se importar com o futebol feminino.

Elas têm de superar a falta de estrutura e de apoio, neste sentido, cabe lembrar que o futebol feminino foi a única modalidade brasileira nos Jogos Olímpicos de Atenas em 2004, que não recebeu verba de incentivo fiscal. Essa situação parece ser comum em um país que ainda acha que futebol é coisa de homem (MARTINS; MORAES, 2007).

Ainda neste trabalho os autores afirmam que depois dos jogos da Grécia, os presidentes da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) e da Federação Paulista

de Futebol prometeram buscar patrocínios para a realização das competições nacional e paulista em 2005, entretanto não houve alteração significativa no cenário esportivo nem no midiático. O momento, logo após os Jogos Olímpicos, era propício para promessas, além de ser uma maneira de atender a uma necessidade do esporte nacional, era também uma forma de estar em evidência com um discurso, senão adequado, pelo menos conveniente.

Assim como pudemos perceber na análise do discurso da televisão fazendo propaganda de sites e pedindo apoio, pois ali era conveniente fazê-lo, mas depois de passado o campeonato todo este discurso sumiu e até certo ponto foi em vão.

## **7. CONCLUSÃO**

Pudemos perceber que o discurso midiático é por muitas vezes incoerente, pois fala sobre a falta de apoio ao futebol feminino no país e critica autoridades do esporte, clamando por uma igualdade de direitos, porém o próprio discurso acaba por tratar o futebol feminino de forma diferente, narrando e comentando sobre os aspectos físicos das jogadoras e não sobre o futebol em si, ou comparando o futebol feminino ao masculino inúmeras vezes dentro de um jogo.

Não vemos nenhum narrador dizendo que determinado jogador é bonito ou não. Mas no esporte jogado por mulheres pudemos perceber isto com bastante freqüência. Mas por que ocorre esta distinção?

Acredito que isto ocorra devido a todo histórico que as mulheres têm dentro do esporte, como vimos anteriormente neste trabalho. A difícil inserção dentro da prática esportiva de uma forma igualitária a dos homens, assim como hoje se tem uma dificuldade de tratamento da mídia desta mesma forma, e também pelo fato de a maior parte das pessoas que trabalham em programas esportivos, que narram e comentam jogos de futebol são homens, quase que única e exclusivamente esta área está reservada aos homens, tornando um ambiente cada vez mais machista e que sem dúvida irá reparar no esporte do sexo oposto de outra forma.

Imagine um jogo de futebol narrado e comentado por mulheres onde elas falariam sobre a beleza do Kaká, ou sobre as pernas grossas dos jogadores. Quase inimaginável isto ocorrendo, pois no país ainda existe esta relação de poder onde o homem ainda se sobressai perante a mulher dentro desta área esportiva, e principalmente quando o assunto é futebol.

A televisão não transmite o futebol feminino como o masculino, com a mesma freqüência, por isso observamos as várias comparações feitas ao outro gênero do esporte. Mostrando como realmente a mídia seleciona o que vamos assistir e sobre

o que vamos comentar, presenciamos uma overdose de futebol masculino diariamente em noticiários. Falta no país um incentivo maior para o futebol feminino, tanto do governo como da mídia.

Algumas emissoras transmitem alguns campeonatos e buscam de alguma forma buscar algum incentivo, mas como pudemos ver o tratamento dado ao futebol feminino ainda é muito machista dentro do país, dentro desta cultura de que futebol é coisa para macho.

Não queremos de forma alguma unicamente criticar a rede de televisão que transmitiu o campeonato, achamos importante a procura pela transmissão dos jogos, algo que poucas as emissoras se importam em fazer. Mas atentamos para a forma como as pessoas ligadas a este meio ainda não conseguem e sentem muita dificuldade em narrar e comentar o futebol feminino de uma forma natural ou quase igualitária com a do futebol masculino.

É preciso mudar a forma como o futebol feminino é visto dentro do país que é o país do futebol masculino, porque o feminino ainda procura seu espaço.

## **8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**BETTI, M. Violência em campo: dinheiro, mídia e transgressão às regras no futebol espetáculo. Ijuí, RS: Unijuí, 1997.**

**BETTI, M. Educação Física e mídia – Novos olhares, outras práticas. São Paulo, Brasil. Editora Hucitec, 2003.**

**BETTI, M. A janela de vidro: Esporte, televisão e educação física. Campinas, SP: Papyrus, 1998 – (Coleção Fazer/Lazer).**

**BOSCHILIA, B.; MEURER, S. S. Refletindo sobre a participação da mulher no esporte moderno: algumas relações entre gênero e mídia impressa. Revista Digital EFDesportos.com, Buenos Aires, ano 11, n° 97, jun-2006. <http://www.efdeportes.com/efd97/mulher.htm>. Acessado em: 26/08/2009**

**COSTA, R. S. Gênero e prática de atividade física de lazer. Cad. Saúde Pública, 19(Sup. 2): S325-S333, Rio de Janeiro, 2003.**

**DARIDO, S. C. Futebol feminino no Brasil: do seu início à prática pedagógica. Motriz. Agosto 2002, vol.8,n.2, Rio Claro, 2002. p.43-50.**

FARIA JÚNIOR, A. G. Futebol, questões de gênero e co-educação – Algumas considerações didáticas sob enfoque multicultural, Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol, Rio de Janeiro: UERJ, n. 2, 1995, p. 17-39.

FREITAS, L. L. Cultura corporal e dominação masculina como as diferenças são construídas? In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 8: Corpo, Violência e Poder. Sessão temática – Gênero e Práticas corporais e Esportivas. Florianópolis, 2008.

GOELLNER, S. V. Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem história. Pensar a Prática 8/1, Jan./Jun. 2005. p. 85-100.

GOELLNER, S. V. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. Rev. bras. Educ. Fís. Esp., São Paulo, v.19, n.2, p.143-51, abr./jun. 2005.

JAEGER, A. A. Gênero, Mulheres e Esporte. Movimento. Janeiro-Abril 2006, v.12, n.01, Porto Alegre, 2006. p.199-210.32

KENSKI, V. M. O impacto das mídias e das novas tecnologias de comunicação na Educação Física. V Simpósio Paulista de Educação Física. In: Revista Motriz. Vol. 1, n° 2, Dez-1995. p. 129-133.

LAGE, N. Estrutura de textos midiáticos. In: GHILARDI, M. I. & BARZOTTO, V. H. (Org.). Nas telas da mídia. Campinas: Editora Alínea, 2002.

LEITE, W. S. S. Ilusão em massa: o papel da mídia no esporte. Revista Digital EFDesportos.com, Buenos Aires, ano 13, no 123, ago-2008. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd123/ilusao-em-massa-o-papel-da-midia-no-esporte.htm>. Acessado em: 31/08/2009.

MARTINS, L. T.; MORAES, L. O futebol e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. Pensar a Prática 10/1: 69-81, jan./jun. 2007

MOREL, M.; SALLES, J. G. Futebol feminino. In: DA COSTA, L. (Org.) Atlas do Esporte no Brasil. Rio de Janeiro, 2006.

MOURA, E. L. O futebol como área reservada masculina. In: DAOLIO, J. (Org.) Futebol, cultura e sociedade. Campinas: Autores Associados, 2005.

PAIM, M. C. C. Visões estereotipadas sobre a mulher no esporte. Revista Digital EFDesportos.com. Buenos Aires, ano 10, n° 75, Agosto-2004. <http://www.efdeportes.com/efd75/mulher.htm>. Acessado em: 05/01/2009.

PIRES, G. L. Alguns aportes teórico-metodológicos sobre o objeto de pesquisa. In: PIRES, G. L. (Org.) Observatório da mídia esportiva: a cobertura dos Jogos Abertos de Santa Catarina. Florianópolis: Nova Letra, 2008.

**PIRES, G. L. O esporte e os meios de comunicação de massa: relações de parceria e tensão. Possibilidade de superação? In: GRUNENVALDT, J. T. e outros (Orgs.). Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes. São Cristóvão: DEF/UFS, 2007.**

**REVISTA VEJA. Flores do campo. Editora Abril, 30/10/1996, p. 72-73. RICOUR, P. Teoria da interpretação. Edição 70. Lisboa, 1987.**

**ROCCO, M. T. F. Televisão e educação: um canal aberto. In: VALLIAS, H. (Coord.) Mídia & Educação. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.**

**SANTAELLA, L. A cultura das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.**

**SOUZA, J. S. S; KNIJNIK, J. D. A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. Rev. bras. Educ. Fís. Esp. Jan./Mar. 2007, v.21, n.1, São Paulo, 2007. p.35-48.**

**SOUZA JUNIOR, O. M.; DARIDO, S. C. A Prática do Futebol Feminino no Ensino Fundamental. Motriz. Jan-Abr 2002, vol.8, n.1, Rio Claro, 2002. p. 1-8.33**

**TRIVINOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.**

**VERBENA, E. C. G.; ROMERO, E. As relações de gênero no esporte por discentes da rede pública municipal de Juiz de Fora. Movimento. Maio-Agosto 2003, v. 9, n. 2, Porto Alegre, 2003. p. 113-125.**

**XX Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e VII Congresso Internacional de Ciências do Esporte, Campus Samambaia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia-GO, setembro 17, 2017 – setembro 21, 2017**

**<http://congressos.cbce.org.br/index.php/conbrace2017/7conice/paper/viewFile/9417/4721>**